

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Dalam penelitian survei, informasi yang didapatkan dan dikumpulkan dari responden dengan cara menggunakan metode kuesioner. Menurut Sugiyono penelitian survei adalah suatu penelitian dengan cara pengumpulan data yang mendapatkan data dari tempat tertentu dengan cara ilmiah (bukan buatan), dengan cara menggunakan instrumen seperti kuesioner/wawancara untuk mendapatkan tanggapan dari responden.⁷² Tujuan penelitian survei untuk memberikan suatu gambaran secara mendalam tentang latar belakang masalah, sifat-sifat, serta karakteristik yang khas dari sifat yang umum, dan dapat juga untuk memperoleh fakta-fakta gejala yang ada dengan dapat mencari keterangan-keterangan secara factual untuk menyelidiki mengapa /gejala itu ada.

Berdasarkan tingkat eksperimentasi dalam penelitian ini dapat di golongkan sebagai penelitian bersifat asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan suatu penelitian yang menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel terhadap suatu obyek yang diteliti yang bersifat untuk mencari variabel hubungan dan pengaruh sebab akibat (kausal), sehingga dalam melaksanakan penelitian didasarkan atas adanya variabel independen dan dependen.⁷³

B. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel ini berkaitan dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai respon pelanggan yang dirasakan antara suatu harapan dan kinerja Gojek. Indikator dalam penentuan instrumen yang digunakan dalam mengukur loyalitas pelanggan berdasarkan empat indikator yang dikembangkan oleh Griffin, yang meliputi :

a). Pelanggan melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat*

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2016) , 6

⁷³ Ibid, Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2016), 11

purchases), b). Pelanggan membeli diluar produk / jasa yang lain ditempat yang sama (*purchases across product dn service lines*) c). Pelanggan yang merekomendasikan produk / jasa kepada orang lain (*refers other*), dan d). Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah. (*demonstrates an immunity to the full of the competition*).⁷⁴

2. Variabel Independen (X)

Variabel independen terdiri atas :

a) Kualitas Pelayanan (X_1)

Kualitas pelayanan upaya pemahaman dalam kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan pelaksanaan dalam penyampaian mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam pelaksanaan penelitian ini diukur dengan Lima indikator dari penelitian Zeithaml, dan Berry, yang meliputi : *Reability, Responsivennes, Assurance, Empaty, dan Tangibles*.⁷⁵

b) Persepsi Harga (X_2)

Persepsi harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditimbang atas beberapa barang/jasa) yang dibutuhkan dalam memperoleh kombinasi sebuah produk pelayanan yang menyertianya. Indikator dalam penelitian ini menurut Stanton, meliputi Empat Indikator diantaranya, keterjangkuan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk, karena indikator ini memiliki ciri khusus dalam suatu pertimbangan pembelian.⁷⁶

C. Tempat dan waktu penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Kota Malang. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2018.

⁷⁴ Griffin (2009) dalam Priansa (2017), *Perilaku Konsuemn dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Yogyakarta: Alfabeta, 2017), 220

⁷⁵ Zaithaml, dan Berry (1988) dalam Tjiptono (2012), *Service Manajement Mewujudkan Layanan Prima edisi 2* (Yogyakarta ; ANDI 2012) ,174-175

⁷⁶ William Stanton J, (1998), dalam Zahra (2017), *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta 2017, 41

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri berdasarkan obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan sebagai oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya.⁷⁷ Populasi bukan hanya dikatan menyangkup orangnya saja, akan tetapi juga objek dan benda-benda alam lainnya, bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek tersebut akan tetapi meliputi keseluruhan dari karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek/objek tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pengguna jasa transportasi ojek *online* Gojek di Kota Malang. pada bulan Mei 2018 hingga Oktober 2018.

2. Sampel.

Sampel merupakan dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi bila populasi dengan jumlah besar dan peneliti tidak akan mungkin mempelajari semua yang berada dipopulasi, karena keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga sehingga peneliti hanya mengambil sebagian/wakil dari populasi yang akan di teliti.⁷⁸ Teknik dalam penentuan pengumpulan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan jenis *Non Probability sampling* jenis sampel ini tidak dipilih secara acak, dan tidak ada unsur atau elemen populasi yang mempunyai kesempatan sama untuk bisa dipilih menjadi sampel. Teknik *Non Probablity sampling* dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*.

Definisi mengenai metode *purposive sampling* adalah teknik dengan menggunakan penuntuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁷⁹ Sampel dalam penelitian ini yang digunakan adalah sebagian pelanggan ojek *online* Gojek di Kota Malang.

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2016) , 80

⁷⁸ Ibid, Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung :ALFABETA 2016), 81.

⁷⁹ Ibid, 85.

Kriteria dalam penelitian *purposive sampling* dalam penelitian ini,

- a) Pelanggan perusahaan Gojek yang telah menggunakan jasa transportasi ojek *online* berada di Kota Malang.
- b) Telah menggunakan minimal dua kali atau lebih jasa transportasi ojek *online* Gojek di Kota Malang.
- c) Pengambilan sampel dilakukan selama pelanggan jasa transportasi ojek *online* telah menggunakan jasa ojek *online* Gojek di Kota Malang selama minimal enam bulan terakhir.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pendapat Hair, yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang sesuai dalam penelitian adalah antara 100 hingga 200. Juga dijelaskan dalam ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 observasi dari setiap *estimated parameter*, dan maksimal adalah 10 observasi dari setiap *estimated parameter*.⁸⁰ dalam penelitian ini, jumlah pertanyaan dalam kuesioner penelitian sebanyak 26; sehingga jumlah sampel adalah 5 kali jumlah pertanyaan $5 \times 26 = 130$, sehingga jumlah sampelnya adalah sebanyak 130 orang. berdasarkan perhitungan jumlah sampel yang telah disyaratkan oleh Hair, mengenai batas maksimal dan minimal jumlah sampel telah memenuhi syarat sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 130 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data.

Teknik pengumpulan menggunakan metode pengumpulan data dengan sumber data sekunder memalui kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dalam melakukannya dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab.⁸¹ Dalam pertanyaan kuesioner yang berupa berkaitan dengan permasalahan-permasalahan isi pertanyaa disebarkan oleh peneliti kepada responden, mekanisme pengumpulan data ini dalam penelitian dilakukan dengan

⁸⁰ Hair (1996) dalam Zahra. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta 2017, 58.

⁸¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung : ALFABETA 2016), 142.

memberikan kuesioner secara *online* (melalui Google Forms/Google Drive) kepada responden.

F. Instrument Penelitian.

Instrument penelitian adalah suatu alat yang diamati, instrument penelitian ini adalah kuesioner yang telah disusun dengan berdasarkan indikator-indikator yang berada dalam variabel penelitian. Indikator tersebut secara rinci ini telah ditungkan dalam butir-butir pertanyaan yang berupa angket untuk dibagikan kepada responden. Untuk penetapan skor dalam pertanyaan yang diberikan kepada responden maka butir-butir pertanyaan yang di tujukan kepada responden harus mengisi setiap butir pertanyaan dengan cara memilih salah satu dari lima pilihan yang tersedia. Penyekoran dan pengukuran pada alternatif jawaban menggunakan perhitungan *skala likert* yang memiliki lima alternatif jawaban.⁸² Penulis membaginya dalam lima kelompok :

- **SS** : Sangat Setuju skor 5
- **S** : Setuju skor 4
- **N** : Netral skor 3
- **TS** : Tidak Setuju skor 2
- **STS** : Sangat Tidak Setuju skor 1

Penelitian ini menggunakan angket / kuesioner yang berisi didalamnya berisi butir-butir pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk diberikan dijawabanya dan tanggapanya.

Tabel. 1.1 instrumen penelitian

VARIABEL	INDIKATOR	No. Item
Kualitas Pelayanan	1. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	1,2
(Zaithmal, dan Berry 1988, dalam Fandy Tjiptono (2012)).	2. <i>Reliability</i> (keandalan)	3,4
	3. <i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	5.6

⁸² Ibid, Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung:ALFABETA 2016) , 93

	4. <i>Assurance</i> (jaminan dan kepastian)	7,8
	5. <i>Empathy</i> (penghargaan/perhatian	9,10
Persepsi Harga	1. Keterjangkuan Harga	1,2
(Stanton 1998, dalam Zahra (2017)).	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3,4
	3. Daya saing harga	5,6
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	7,8
Loyalitas Pelanggan	1. Pelanggan melakukan pembelian secara teratur (<i>makes regular repeat purchases</i>)	1,2
(Griffin 2009, dalam Priansa 2017).	2. Pelanggan membeli diluar produk / jasa yang lain ditempat yang sama (<i>purchases across product dn service lines</i>)	3,4
	3. Pelanggan yang merekomendasikan produk / jasa kepada orang lain (<i>refers other</i>)	5,6
	4. Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah. (<i>demonstrates an immunity to the full of the competition</i>).	7,8

G. Uji Coba Instrumen

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner/angket sebelum digunakan dalam penelitian sesungguhnya harus di uji terlebih dahulu. Uji instrument dilakukan agar mengetahui instrumen apakah disusun benar-benar merupakan suatu hasil yang baik, karena baik buruknya instrumen akan berpengaruh benar atau tidaknya data yang diperoleh dan sangat menentukan bermutu atau tidaknya penelitian ini. Uji instrument yang dimaksudkan seperti pengujian untuk mengetahui validitas

dan reabilitas instrument, sehingga dapat diketahui layak atau tidaknya untuk digunakan dalam pengumpulan data.

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali, “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.”⁸³

Uji validitas ini menggunakan Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dan taraf signifikan 5% (0,05), dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan nilai positif, serta nilai $sig.p \leq 0,05$ maka dapat disimpulkan semua indikator valid.⁸⁴

2. Uji Reabilitas

Menurut Ghazali, “Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk”. Ketepatan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat pengukur”. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Maksudnya adalah dengan menggunakan alat ukur yang sama dilakukan pengukuran berulang-ulang maka hasilnya tetap sama.⁸⁵

Suatu konstruk (konsep) atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$.⁸⁶

H. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data ini peneliti menggunakan teknik analisis sebagai berikut :

⁸³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang; Badan Penerbit UNDIP 2013), 52

⁸⁴ Ibid, Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang; Badan Penerbit UNDIP 2013), 53

⁸⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang; Badan Penerbit UNDIP 2013), 47

⁸⁶ Nunnally (1994) Ghazali (2013), *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang; Badan Penerbit UNDIP 2013), 48

1. Analisis Diskriptif

Analisis Diskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa suatu data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan suatu gambaran tentang data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.⁸⁷

2. Analisis Kuantitatif

a. Analisis Uji Prasyarat

Dalam pengujian Prasyartan analisis dipergunakan meliputi : Uji Normalitas, uji Multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji Autokorelasi.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.⁸⁸ Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik, dasar pengambilan keputusan :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.⁸⁹ Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel. variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variable independen sama dengan nol.

⁸⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung:ALFABETA 2016), 238

⁸⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang; Badan Penerbit UNDIP 2013), 160

⁸⁹ Ibid, mam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang; Badan Penerbid UNDIP 2013) hal.105

Alat yang sering digunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas adalah dengan *variance inflation factor* (VIF), nilai $VIF \leq 10$ maka variabel yang bersangkutan dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas. Dalam penelitian ini uji multikolinieritas akan dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 22.0.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.⁹⁰

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID (nilai prediksi) dan ZPRED (nilai residualnya). Untuk melakukan uji heteroskedastisitas, dasar analisis yang digunakan adalah :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membuat suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas, yaitu titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Uji outokorelasi dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *durbin-waston* (DW-test), dimana nilai *dubirin-waston* terletak antara batas atas atau *upper bound* (dU) dan 4- dU, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.

⁹⁰ Ibid, 139

I. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih (X_1, X_2, \dots, X_3) dengan variabel dependen Y .⁹¹ Secara umum model regresi linier berganda untuk populasi adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :	Y	= Loyalitas Pelanggan
	a	= Konstanta
	β_1, β_2	= Koefisien regresi
	X_1	= Kualitas Pelayanan
	X_2	= Persepsi Harga
	ε	= Variabel yang tidak diteliti (eror)

1. Uji Hipotesa

Uji hipotesa yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t (uji parsial), dan uji F (uji simultan). Uji t dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dan uji F dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Penerimaan dan penolakan hipotesis dapat digambarkan sebagai berikut ini.

a) Uji t (Parsial)

Uji t-parsial digunakan untuk menguji bahwa sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat”.⁹²

1. Menurut hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

$H_0 : b_1 = 0$ (suatu variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat).

$H_1 : b_1 \neq 0$ (suatu variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat).

Dimana H_0 = Variabel X_1 (Kualitas Pelayanan) tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (Loyalitas Pelanggan).

⁹¹ Lupiyoadi, Ridho, Ikhsan, Pratikum Metode Riset Bisnis (Jakarta; Salemba Empat 2015), 157

⁹² Ibid, Lupiyoadi, Ridho, Ikhsan, Pratikum Metode Riset Bisnis (Jakarta; Salemba Empat 2015), 168

H_1 = Variabel X_1 (Kualitas Pelayanan) mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (Loyalitas Pelanggan).

H_0 = Variabel X_2 (Persepsi Harga) tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (Loyalitas Pelanggan)

H_1 = Variabel X_2 (Persepsi Harga) mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (Loyalitas Pelanggan)

2. Menghitung nilai t dengan menggunakan *spss for Windows*
3. Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang tersedia pada α tertentu : $(\alpha/2 ; n - (k+1))$.
4. Mengambil keputusan dengan kriteria berikut.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $sig \geq \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima, H_a = ditolak

$t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig \leq \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak, H_a = diterima

Dimana n = jumlah sampel; k = jumlah variabel bebas; Pr = Probabilitas; α = tingkat signifikansi = 0,05

b) Uji F (Simultan)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui variabel pengaruh variabel independen terhadap dependen secara keseluruhan, dalam menguji variabel independen terhadap variabel dependen pada uji F dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan tabel.⁹³

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan diterima. Maka Variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dengan H_a ditolak. Maka variabel independen secara parsial tidak dapat berpengaruh nyata terhadap variabel dependen.

Uji F juga dapat dilakukan dengan cara membandingkan tingkat $\alpha = 0,05$.

Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan antara nilai signifikan

⁹³ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung:ALFABETA 2010) hal. 39

dengan $\alpha = 0,05$. Pengambilan kesimpulan adalah melihat nilai signifikan dan nilai $\alpha = 5\%$ dengan ketentuan sebagai berikut.⁹⁴

1. Jika nilai $\text{Sig} > \alpha$ maka H_0 diterima
2. Jika nilai $\text{Sig} < \alpha$ maka H_a diterima

J. Analisa Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara $0 (0\%) < R^2 < 1 (100\%)$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu (100%) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁹⁵

⁹⁴ Ibid,40.

⁹⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang; Badan Penerbit UNDIP 2013), 97.